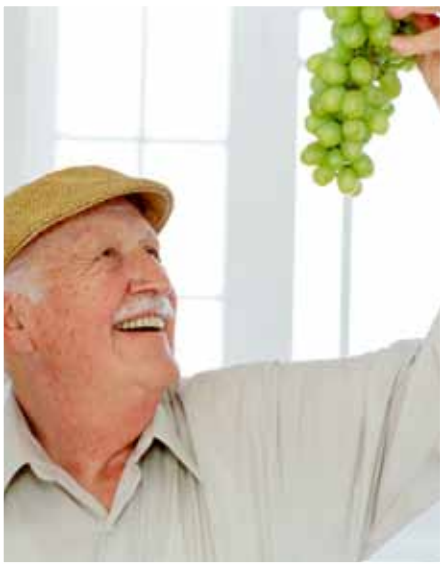
Senior•Scouts®

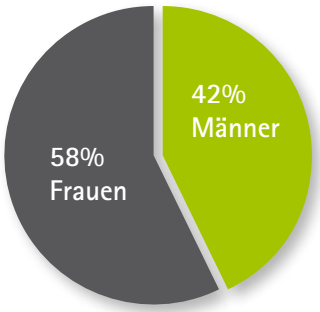


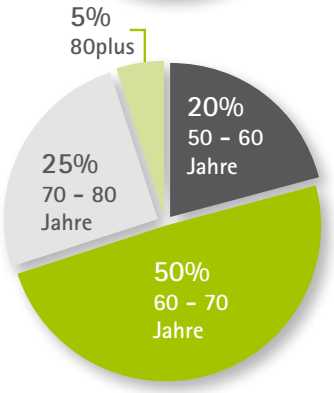
SENIOR•SCOUTS

Ältere Zielgruppen erforschen, decken auf, probieren, berichten

www.senior-scouts.de

In Deutschland: ca. 1.300 Personen





Senior Scouts®

In der Schweiz: ca. 150 Personen

Senior Scouts®

In Österreich: derzeit im Aufbau

in Zusammenarbeit mit dem wissenschaftlichen Institut für Gerontologie und demographische Entwicklung

Senior Scouts

Wer sind die Senior-Scouts?

Bereits 2001 wurde im Rahmen der Arbeit der A.GE - Agentur für Generationen-Marketing, damals als unterstützendes Werkzeug bei der Beratung von Kunden, eine Initiative geboren, der mittlerweile bundesweit ca. 1.300 Personen im Alter 50 Jahre und älter angehören - die sogenannten Senior-Scouts.

Was können die Senior-Scouts?

Mit diesem Tool können Unternehmen ihre Produkte und Dienstleistungen direkt mit und an der Zielgruppe älterer Generationen testen, Trends und Barrieren aufgespüren sowie positive als auch negative Eigenschaften und Hemmschwellen schnell und gezielt aufzeigen.

Die Meinungen, Anregungen, Wünsche der Senior-Scouts haben schon viele Unternehmen in Anspruch genommen und die gewonnenen Erkenntnisse positiv in ihre Entwicklungsprozesse integriert sowie Anregungen und Trends in Kommunikationsstrategien umgesetzt.

Das Ergebnis: **Gute Produkte – Glückliche Kunden – Mehr Wirkung Zufriedene Unternehmer.**

Wie können Senior-Scouts eingesetzt werden?

Weitere Informationen finden Sie auch unter **www.senior-scouts.de**

Mystery Shopping - Mystery Visit - Mystery Travel ...
(versteckte Marktforschung)

Dieses Tool unterstützt vor allem die Untersuchung von Dienstleistungs- und Beratungsprozessen direkt vor Ort, z.B. im Einzelhandelsfachgeschäft.

- Entwicklung des Testdesigns unter Berücksichtigung besonderer Anforderungen, Sprachstil sowie Nutzungs- und Verhaltensgewohnheiten älterer Generationen
- Ausarbeitung eines Fragebogens bzw. der definierten Forschungsmethode in direkter Abstimmung mit den Kunden
- Rekrutierung der Probanden unter Berücksichtigung der Kundenvorgaben
- Betreuung und Organisation der teilnehmenden Probanden
- Durchführung und Begleitung des Tests
- Auswertung der Ergebnisse und Dokumentation in einem Ergebnisbericht

Gruppendiskussionen und Kreativ-Workshops zur Trendanalyse

Diese Methode dient der vertieften Diskussion oder auch qualitativen Überprüfung von zuvor durchgeführten Tests.

- Entwicklung des Testdesigns unter Berücksichtigung besonderer Anforderungen, Sprachstil sowie Nutzungs- und Verhaltensgewohnheiten älterer Generationen
- Ausarbeitung eines Leitfadens für die Diskussionsrunde in direkter Abstimmung mit den Kunden
- Rekrutierung der Probanden unter Berücksichtigung der Kundenvorgaben
- Betreuung und Organisation der teilnehmenden Probanden
- Moderation der Gruppendiskussionen
  (falls gewünscht auch im Teststudio mit der Möglichkeit der versteckten Beobachtung und Mitschnitt auf DVD)
- Auswertung der Ergebnisse und Dokumentation in einem Ergebnisbericht

Produkt- und Werbemitteltest auch in Verbindung mit Home-Use

Mit dieser Methode können Produkte während ihrer Entwicklung überprüft werden oder im Nachgang hinsichtlich Usability und Design getestet werden. Anhand des Home-Use können die Probanden das Produkt und seine Eigenschaften in ihrer gewohnten Umgebung und bei den alltäglichen Aktivitäten testen und ihre Eindrücke anhand eines Fragebogens oder mit der Führung eines Tagesprotokolls festhalten.

- Entwicklung des Testdesigns unter Berücksichtigung besonderer Anforderungen, Sprachstil sowie Nutzungs- und Verhaltensgewohnheiten älterer Generationen
- Ausarbeitung eines Leitfadens und Fragebogens in direkter Abstimmung mit den Kunden
- Rekrutierung der Probanden unter Berücksichtigung der Kundenvorgaben
- Betreuung und Organisation der teilnehmenden Probanden
- Moderation und Begleitung des Tests
  (falls gewünscht auch im Teststudio mit der Möglichkeit der versteckten Beobachtung und Mitschnitt auf DVD)
- Auswertung der Ergebnisse und Dokumentation in einem Ergebnisbericht

Senior-Scouts genutzt haben u.a.

BMW
Melitta®
medi - I feel better
Postbank
Deutscher Skilehrerverband
LANCASTER
Libri.de
AVIA
ESCHENBACH
MIGROS
METRO Group
FertighausWelt
swisscom

Senior Scouts®

METRO Group

REFERENZEN Auszug

Eckdaten Mystery Shopping

Für das Mystery Shopping im Auftrag der METRO Group waren Senior-Scouts in ganz Deutschland zu Begehungen in Filialen von Galeria Kaufhof, real,- SB Warenhaus, Saturn und Cash & Carry Märkten unterwegs.

Beim Einkaufen sollten die Testpersonen neben dem äußeren Erscheinungsbild der einzelnen Filialen auch auf Übersichtlichkeit und Orientierung, auf die Produkt- und Warenpräsentation sowie auf den Gesamteindruck achten. Die gewonnen Eindrücke hielten die Senior-Scouts in dem zur Verfügung gestellten Fragebogen fest.

Fragebogen (Umfang 7 Seiten)

Ergebnisse (Ergebnisbericht und Ergebnispräsentation)

Senior Scouts®

REFERENZEN Auszug

MIGROS

Eckdaten Mystery Shopping

Für das Mystery Shopping im Auftrag der MIGROS waren Senior-Scouts in der Schweiz beauftragt, an verschiedenen Standorten (deutsch- und französischsprachiger Raum) MIGROS Märkte zu testen.

Im Rahmen der Aufgabenstellung nahmen die teilnehmenden Personen bei einem ganz gewöhnlichen Einkaufe den Hin- und Rückweg, Eingangsbereich, Atmosphäre ,Orientierung und Übersichtlichkeit, Produkte und Platzierungen, Frische- und Bedienungstheken, Service und Dienstleistungen sowie die Kassenzone genauer unter die Lupe. In einem vorgegebenen Fragebogen wurden die gewonnenen Eindrücke festgehalten und in anschließenden Diskussionsrunden noch einmal hinterfragt und detaillierter erörtert.

Fragebogen (Umfang 8 Seiten)

Ergebnisse (Ergebnisbericht und Ergebnispräsentation)

Senior Scouts®

REFERENZEN Auszug

FertighausWelt

Eckdaten Mystery Visit

Für den Mystery Visit im Auftrag des F.I.D. Fertighaus Informationsdienst besuchten Senior-Scouts den Musterhauspark der Fertighaus Welt in Hannover. Es wurden 19 verschiedene Häuser hinsichtlich ihres Umfeldes, ihrer individuellen Bauweise, ihrer Besonderheiten und ganz besonders die jeweiligen Beratungsleistungen der anwesenden Gesprächspartner getestet und überprüft.

In einem vorgegebenen und zuvor bekannten Fragebogen wurden die jeweiligen Wahrnehmungen festgehalten und anschließend in einem Ergebnisbericht und einer Ergebnispräsentation ausgewertet.

Fragebogen (Umfang 4 Seiten)

REFERENZEN Auszug

Eckdaten Mystery Visit

Für den Mystery Visit im Auftrag der SWISSCOM besuchten Senior-Scouts vorgegebenen Filialshops in Städten und Landgebieten der Schweiz. Die Probanden ließen sich einerseits zu DSL-Angeboten und neuen Handys bzw. Handyverträgen sowie andererseits zu SWISSCOM-TV beraten. Das Hauptaugenmerk der Untersuchung lag dabei auf dem Beratungsgespräch und den Empfehlungen der Verkäufer bzw. Berater.

In einem Besuchsprotokoll und einem vorgegebenen Fragebogen hielten die Probanden ihre Eindrücke fest und erörterten Details anschließenden in den Diskussionsrunden.

Fragebogen (Umfang 10 Seiten)

Besuchsprotokoll

Leitfaden Gruppendiskussion

Senior Scouts®

REFERENZEN Auszug

Postbank

Eckdaten Usability Studie

Im Auftrag der Postbank überprüften Senior-Scouts die hauseigenen Service-Terminals des Finanzdienstleisters. Dabei mussten die Probanden 5 Aufgaben am Terminal erfüllen und dabei mit ihren eigenen Worten die Abläufe, die Probleme und die Vorteile bei der Bedienung des Terminals beschreiben und wiedergeben.

Die Ergebnisse der Usability Studie und der anschließenden Gruppendiskussionen wurden in einem Ergebnisbericht ausgewertet, zusammengefasst und durch Handlungsempfehlungen ergänzt.

Ergebnisbericht

Ergebnispräsentation

Senior•Scouts®

Kontakt:

A.GE - Agentur für
Generationen-Marketing
Stichwort: Senior-Scouts

Königstraße 70 • 90402 Nürnberg
Telefon: 0911 - 27 29 95 27
Fax: 0911 - 27 29 95 11

E-Mail: info@senior-scouts.de
Internet: www.senior-scouts.de

Senior-Scouts ist eine Initiative von A.GE - Agentur für Generationen-Marketing

www.generationen-marketing.de